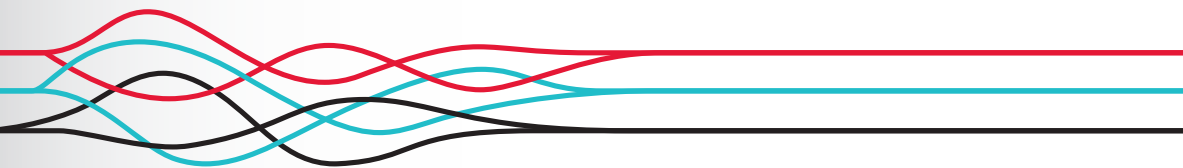


ENTRETE

L'INFOLETTRE D'INTACT ASSURANCE EN ASSURANCE DES ENTREPRISES



UNE 3^E ÉDITION CONSACRÉE À L'INDUSTRIE DU COMMERCE DE DÉTAIL!



intact
ASSURANCE



SOMMAIRE

L'INFOLETTRE D'INTACT ASSURANCE EN ASSURANCE DES ENTREPRISES

Le commerce de détail vous intéresse ? Cette nouvelle édition d'EN TÊTE est pour vous puisque vous y retrouverez, entre autres, un guide pour bien conseiller vos clients sur l'assurance de leur commerce.

Bonne lecture et bon été !

EN TÊTE, Juin 2016

CHRONIQUE ÉCONOMIQUE 5

Le commerce se porte bien !

ASSURER UN COMMERCE DE DÉTAIL 15

Un guide pratique pour bien conseiller vos clients

FAITES-NOUS CONFIANCE EN ASSURANCE DES PME 18

ACCEL et Classique : pour le traitement rapide et efficace de vos risques PME

DES PRODUITS À L'AVANT-GARDE 20

Cybersécurité, Assurance Drone

PRÉSENCE AUPRÈS DE VOTRE CLIENTÈLE D'AFFAIRES 24

Une excellente visibilité pour le réseau de courtage

Indices économiques

INDICATEURS	PÉRIODE DE RÉFÉRENCE	NIVEAU	VARIATION, ANNÉE PRÉCÉDENTE
Produit intérieur brut (PIB) (milliards de dollars enchaînés de 2007)	Mars 2016	1 660.9	1.1 %
Indice des prix à la consommation (IPC) (2002=100) et Inflation	Avril 2016	128.3	1.7 %
Taux de chômage	Avril 2016	7.1	4.4 %
Indice des coûts de reconstruction	1 ^{er} trimestre 2016	–	1.0 %

Sources: Dernières statistiques (mensuel), Statistique Canada, Date de modification: 2016-06-09



DANS LES ARTICLES, UTILISEZ LE LIEN AU BAS DE LA PAGE DROITE POUR REVENIR AU SOMMAIRE EN TOUT TEMPS !



LE COMMERCE DE DÉTAIL SE PORTE BIEN !

Stéphane Desjardins

Les fermetures se succèdent. De gros noms disparaissent. Les locaux commerciaux vides se multiplient. Pourtant, le commerce de détail se porte mieux que jamais!

En fait, le secteur a connu une progression des ventes de 3,9 % en 2015 excluant l'essence (0,9 % avec l'essence), selon le Conseil québécois du commerce de détail (CQCD). En février, on parle même d'une progression de 5,8 % avec l'essence (derniers chiffres disponibles). L'inflation, elle, a tourné autour de 1,5 % l'an dernier.

« Ça va très bien dans le secteur du commerce de détail au Québec, affirme sans sourciller Léopold Turgeon, président directeur général du CQCD. Malgré les fermetures multiples des dernières années, il ne s'est pas perdu d'emplois dans notre industrie.

Les ventes sont passées de 108 milliards (G)\$ en 2014 à 109 G\$ en 2015. »

M. Turgeon constate que les Québécois ont épargné 2,6 G\$ en essence l'an dernier, comparativement à 2014. Ils en ont donc profité pour dépenser. Et ils ont multiplié les achats imprévus. Les secteurs de l'automobile, du vêtement et des soins de santé et de beauté ont connu une croissance supérieure à 6 % l'an dernier. Alors, pourquoi les médias relaient-ils les mauvaises nouvelles à répétition ? Parce que le commerce de détail est en mutation constante.

Lire la suite →

LES COÛTS D'ASSURANCE

Alain Lessard, premier vice-président, Assurance des entreprises

Entre autres, le marché a dû composer avec des hausses substantielles de ses coûts d'assurance depuis trois ou quatre ans. Alain Lessard, premier vice-président, Assurance des entreprises, chez Intact Assurance, situe ces hausses entre 8 % et 10 % par année ces deux dernières années. « Les détaillants ont bénéficié de primes à la baisse ou stables pendant plusieurs années, dit-il. Aujourd'hui, quand on regarde le portefeuille, on se rend compte que la tarification n'était pas conforme à la réalité. Et les catastrophes de 2013 ont changé la donne. »

De fait, la série d'inondations à Calgary (3,7 G\$ de pertes assurées, selon A.M. Best) et Toronto (1,5 G\$, dont 850 M\$ couverts par les assureurs, selon A.M. Best), ainsi que des tempêtes de vent et de grêle en Ontario et dans l'Ouest canadien, ont fait de 2013 l'année la plus coûteuse de l'histoire de l'assurance au Canada... avant les feux de forêt de cette année à Fort Mc Murray. Or, les inondations sont généralement couvertes en assurance des entreprises.

Les correctifs apportés ces dernières années ont toutefois permis de remédier à la situation. On devrait donc assister, au cours des prochaines années, à un retour à une situation plus normale pour les détaillants avec des primes en lien avec le coût de l'inflation. Évidemment, chaque dossier est unique et tarifé en fonction du risque individuel qu'il représente.

La menace Internet

Peu importe leur taille, tous les détaillants québécois doivent composer avec une réalité nouvelle: le magasinage et les ventes en ligne. Et ils le font très mal.

« À peine 5 % de nos détaillants disposent d'un site transactionnel. Six détaillants sur dix ont une vitrine sur le Web. Or, désormais, pas un détaillant, même un dépanneur, ne peut se permettre d'être absent d'Internet », commente Jacques Nantel, professeur titulaire au département de marketing de HEC Montréal.

On peut se consoler en sachant que 60 % des PME de cinq employés et moins, au Canada, aux États-Unis et au Royaume-Uni, ne possèdent pas de sites Internet, selon une étude de 2015 de GoDaddy et Redshift. Un très grand nombre de ces PME sont des commerces.

Malgré cela, 45 % des achats en ligne par des Québécois sont faits à l'extérieur de nos frontières, selon Jacques Nantel. Et ça représente des ventes de 7 G\$ (10 % d'augmentation annuelle) et 440 M\$ en taxes perdues. Les Québécois ont d'ailleurs acheté pour 8 G\$ sur Internet en 2015, soit 22 %

de plus qu'en 2014, selon une enquête du CEFRIO. Et 73 % magasinent en ligne. Le réveil risque d'être difficile pour nos détaillants, car implanter et faire connaître un site transactionnel coûte cher. Aux États-Unis, le commerce en ligne a fait diminuer de 25 % la part des profits sur les ventes des détaillants ayant pignon sur rue, mais qui se sont dotés d'un site transactionnel, selon une étude publiée fin avril par HRC Advisory.

« En fait, les marchés sont devenus internationaux, reprend M. Nantel. Des joueurs ont émergé de manière très intelligente, comme Amazon, eBay et Alibaba. Et le plus gros détaillant au Canada n'est pas Amazon.ca mais Amazon.com... »

Les détaillants doivent donc sortir de leur zone de confort géographique. Léopold Turgeon donne l'exemple de la boutique de vêtements pour dames Vickie, de Saint-Joseph-de-Beauce, qui réalise 40 % de ses ventes dans le reste du pays à partir de son site Internet, et qui dispose d'une importante communauté Facebook. Ou de Frank & Oak, qui a misé dès le départ sur l'international.

Lire la suite →

CYBERRISQUE

Mais il faut faire attention à la cybercriminalité. « J'ai rencontré un commerçant qui a perdu 100 000 \$ sur Internet en quelques semaines à cause d'un problème de fausses cartes de crédit », révèle M. Turgeon. La cybercriminalité n'inquiète pas Jacques Nantel pour autant : « La fraude a toujours existé dans le commerce de détail et représente environ 1 % des pertes; mais 30 % proviennent des employés. »

Pourtant, 70 % des entreprises canadiennes disent avoir subi une cyberattaque en 2012, selon un rapport de l'International Cyber Security Protection Alliance (ICSPA). Et il y a eu 42,8 millions de cyberattaques (près de 120 000 par jour) dans le monde en 2013, selon PwC. Un nombre qui augmente de 50 % par année. Selon HSB BI&I, 87 % des entreprises canadiennes ont connu un ou plusieurs incidents de piratage en 2014. Presque tous les grands commerçants en sont victimes, les plus célèbres étant Target, Home Depot et RONA.

Le coût du cyberrisque se situe à 0,38 \$ par tranche de 1 000 \$ de revenus, selon une enquête de RIMS Benchmark Surveys 2016, qui ajoute que le marché canadien de l'assurance contre les cyberattaques pourrait atteindre 5 G\$ d'ici 2020. Une douzaine d'assureurs généralistes offrent désormais cette couverture au pays. Et les ventes de ce segment progressent de 20 % par année, selon le Journal de l'assurance. À ce jour, au Québec, 47 % des clients d'Intact Assurance ont acheté une couverture en cyberrisque depuis le lancement de celle-ci, en avril 2015, selon Alain Lessard.

Fait à noter : certains assureurs refuseront de couvrir une entreprise qui accumule trop de données personnelles sur ses clients.

Ce ne sera pas le cas chez Intact Assurance : « La majorité des détaillants actifs en ligne maîtrisent mieux le risque qu'auparavant, mais certains ne comprennent pas encore les implications de posséder une grande quantité de données sur leurs clients », reprend M. Lessard.

Intact Assurance a haussé les limites, de 25 000 \$ actuellement en frais de remédiation et de notification des clients, à 100 000 \$. À cela s'ajoute une couverture jusqu'à 100 000 \$ en interruption des affaires. On parle donc, ici, de protections de base. Intact Assurance se prépare toutefois à offrir une couverture des frais de défense, confirme Alain Lessard. « Le risque de vendre par Internet aux États-Unis est plus élevé qu'au Canada, à cause de leur environnement juridique plus coûteux, explique-t-il. Par exemple, nous avons l'intention de couvrir éventuellement l'indemnisation issue d'une condamnation mais, avant de le faire, nous voulons nous donner le temps de bien comprendre cette réalité. Et c'est le cas chez pratiquement tous les assureurs qui offrent ou envisagent d'offrir cette protection. Notre industrie évolue, tout comme les protections offertes. »

Lire la suite →



S'adapter constamment

Nombre de détaillants, de rues commerciales et de centres d'achats ne s'adaptent pas aux changements de comportement des consommateurs. « Il faut être là où ils magasinent et leur offrir l'expérience qu'ils recherchent, tant en magasin qu'en ligne », constate M. Turgeon.

« Pour survivre, les détaillants doivent constamment ajuster leur inventaire sur le plan géographique, avec le principe du *juste-à-temps*, qui intègre des chaînes d'approvisionnement plus efficaces et plus rapides. Ils doivent être nerveux et astucieux. On ne peut plus se contenter de remplir un magasin et distribuer des dépliants », commente Jacques Nantel, qui donne l'exemple de Bovet, dont il connaît personnellement les dirigeants. Ils lui ont avoué qu'ils n'ont pas été assez rapides. Ils ont fermé après un siècle d'activité.

Car la compétition, surtout étrangère, est plus agressive que jamais. Dans ce contexte, Léopold Turgeon reconnaît

que les commerçants en arrachent présentement: « Ils sont étirés. Ils doivent multiplier les promotions et les événements marketing pour maintenir les ventes. Et composer avec une lourde paperasse gouvernementale. » De plus, M. Turgeon considère que la fiscalité des entreprises n'avantage pas les entrepreneurs, qui transfèrent difficilement leur entreprise à leurs enfants. « Le Québec a la taxe sur la masse salariale la plus élevée au pays, dit-il. Une bonne part de nos compétiteurs n'ont pas ce fardeau. »

En avril dernier, Peter Simons dénonçait les sociétés étrangères qui effectuent toutes leurs transactions sans payer de taxes ni de douane. « Alibaba, eBay, le magasin iTunes d'Apple, AirB&B, Netflix, Amazon, pour ne nommer que celles-là, ont un net avantage sur les détaillants traditionnels. Cette situation est inéquitable et les gouvernements se traînent les pieds », dénonce M. Turgeon à son tour. Outre les taxes, les grands commerçants internationaux en ligne ne paient pas de loyer, ont des frais de main-d'œuvre moins élevés et disposent de moyens gigantesques pour s'approprier les nouvelles technologies.

Société distincte

D'autant plus que le Québec est, encore une fois, une société distincte: 65 % de nos commerces sont des PME, parfois minuscules; plus de 35 % sont contrôlées par des propriétaires indépendants, soit exactement le contraire du reste du continent. S'ajoute une cinquantaine de gros joueurs, souvent cotés en Bourse, dont la majorité des sièges sociaux sont situés hors du Québec, et plus de 150 de taille intermédiaire.

Les indépendants, même les plus petits, peuvent-ils tout de même tirer leur épingle du jeu? « Absolument, croit Jacques Nantel. Ils sont plus agiles, plus innovateurs et souvent plus jeunes. Les exemples pleuvent. Plusieurs sont sur une belle lancée, comme Plomberium, Bon Look, Altitude Sports, Chocolats Favoris... »

« D'ici cinq ans, les pieds carrés dévolus au commerce de détail auront rétréci du quart. Les magasins seront plus petits et davantage orientés sur l'expérience que sur le produit. Et le magasin de proximité sera en pleine croissance. Plusieurs détaillants ont déjà fait ce virage », conclut Jacques Nantel.

Dans le commerce de détail comme dans toute autre industrie, force est de constater que l'avenir semble prometteur à ceux qui prendront un tel virage, c'est-à-dire qui sauront placer le client au cœur de leur entreprise et miser sur la proximité. Faire vivre à chaque client une expérience exceptionnelle qui va au-delà de ses attentes, voilà la clé du succès.

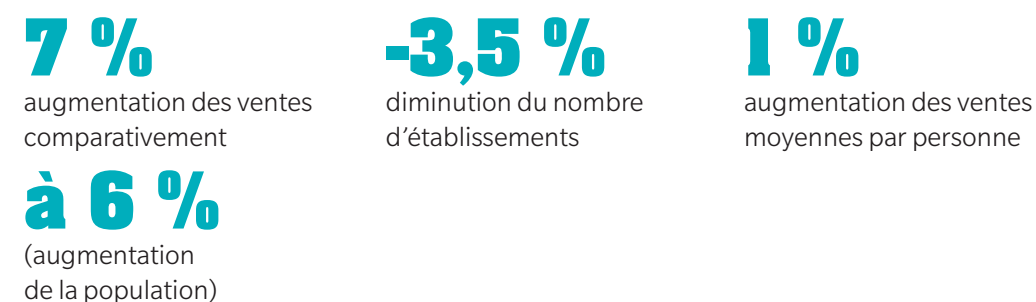
LE COMMERCE DE DÉTAIL EN CHIFFRES

Le commerce de détail au Québec, 2015



Source : CQCD

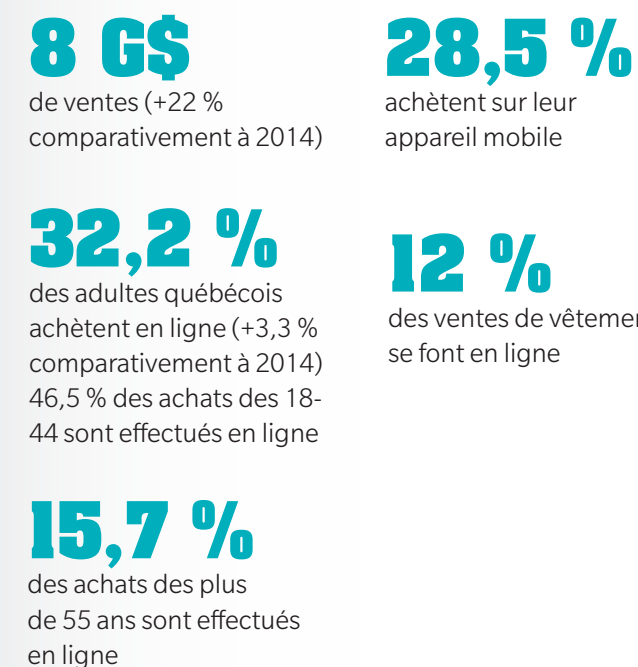
Le commerce de détail au Canada, 2008 à 2013



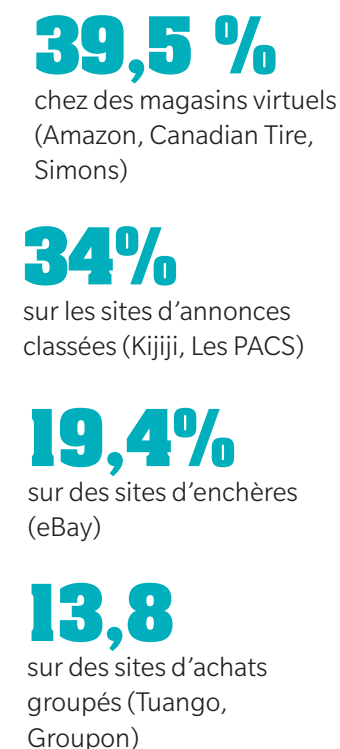
Source : Jacques Nantel



Le commerce en ligne en 2015 au Québec

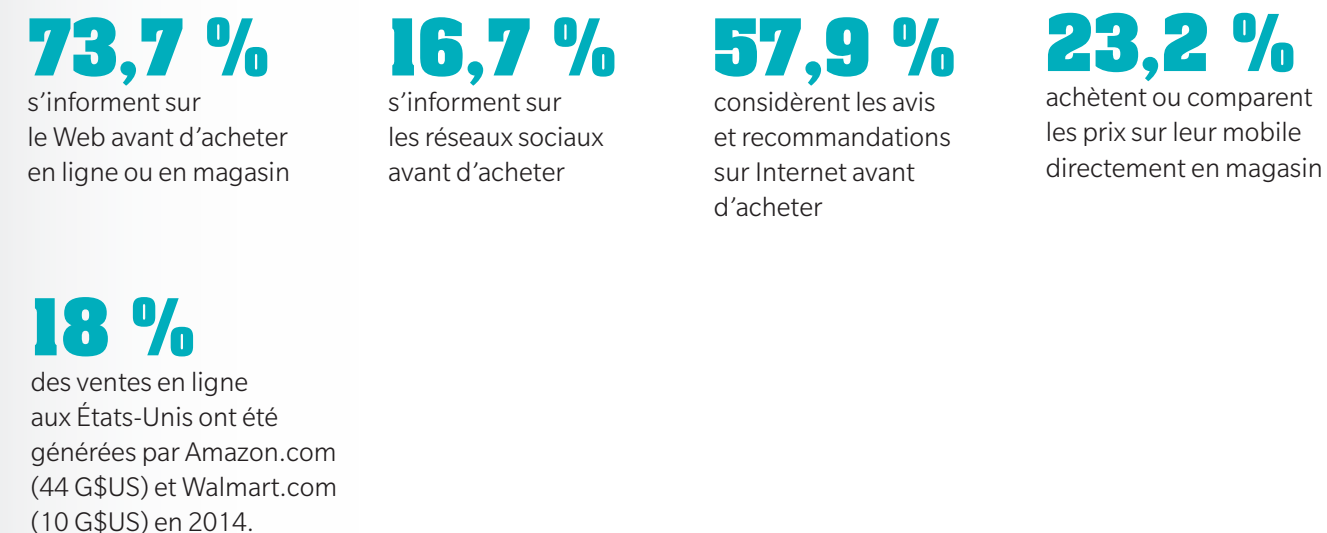


Achats effectués :



Source: CEFRIO, Jacques Nantel

Magasinage en ligne



Source: CEFRIO

Source : Jacques Nantel

TOMBÉS AU COMBAT OU TRÈS FRAGILES

Ailes de la mode
Ainsi Soit-Elle Lingerie
Boutique Cleo
Bovet
Charmante
Esprit
Future Shop
Historia
Jacob
JB Lefebvre
Le Château
Limité
Lindor
Mexx
Parasuco
Sony
Target

Sources diverses

DES BANNIÈRES EN CROISSANCE 2004/2014

American Eagle Outfitters
Ardène
Atmosphère
Banana Republic
Chaussures POP
Empire
Forever 21
H&M
Jack & Jones
L'Aubainerie
La Cordée
La Vie en rose
Lululemon
M/2 Boutiques
Mountain Equipment Coop
Michael Kors
Old Navy
RW&Co.
Sail
Souris Mini
Sports Experts
Stitches
Urban Planet
Winners
Zara

Source: Jacques Nantel

LES GRANDS DISPARUS DE L'HISTOIRE

(marché québécois)
A&P
Au Coton
Aventure Électronique
Castor Bricoleur
Champlain
Club Biz
Cumberland
Dionne Écono-Mart
Discus
Distribution aux Consommateurs
Direct Film
Dominion
Dupuis & Frères
Eaton
Greenberg
Héritage
K-Mart
Kresge
Loeb
Magasins M
Miracle Mart
N.G. Valiquette
Pantorama
Pascal
Perrette
Pinky
Sam The Record Man
Simpson's
Super Carnaval
Steinberg
W.H. Perron
Wise
Woolco
Woolworth
Zellers

Sources diverses



ASSURER UN COMMERCE DE DÉTAIL UN GUIDE POUR BIEN CONSEILLER VOTRE CLIENT

Vos clients sont fiers de leur entreprise. Ils veulent donc ce qu'il y a de mieux sur le marché pour la protéger. C'est justement là que vous pouvez intervenir. Comment ? En jouant pleinement votre rôle-conseil et en démontrant votre intérêt envers leurs activités commerciales. Vous pourrez ainsi établir, avec eux, la meilleure solution d'assurance pour protéger adéquatement leur commerce.

Lire la suite →



GUIDE PRATIQUE

POUR L'ASSURANCE D'UN COMMERCE DE DÉTAIL

Questions pour bien connaître...

VOTRE CLIENT

- Depuis combien d'années êtes-vous en affaires?
- Quelle est votre expérience dans le domaine?
- Êtes-vous déjà assuré?
Si oui, quel est l'assureur antérieur?
- Avez-vous déjà eu une annulation, une résiliation ou un non-renouvellement par un assureur antérieurement?
- Exercez-vous d'autres activités commerciales?
- Sous quel nom ces activités sont-elles exercées? (Une vérification auprès du Registre des entreprises devrait être faite afin de vérifier l'exactitude et la concordance de l'information)
- Êtes-vous le seul propriétaire de l'entreprise?
Sinon, combien y a-t-il de propriétaires?
- Quelles sont les recettes de votre entreprise?
- Avez-vous déjà eu des sinistres antérieurement?
- Afin de pouvoir vous présenter la meilleure offre, nous autorisez-vous à obtenir des informations de crédit auprès des agences d'évaluation de crédit?
- Quelle prime recherchez-vous?

SON ENTREPRISE

- Quel genre de commerce exploitez-vous?
- Quels produits vendez-vous exactement et à qui? (afin de déterminer s'il s'agit d'un commerce de détail ou d'un grossiste)
- Vendez-vous à l'extérieur du Québec ou du Canada?
- Votre commerce est-il protégé par un système d'alarme?
- Possédez-vous un coffre-fort à l'intérieur de votre commerce?
- Combien avez-vous d'employés au total?
Combien d'entre eux manipulent l'argent?
- Quelle est la provenance des produits?

Informations importantes à obtenir pour cette catégorie de risque, soit les informations sur :

- Le risque physique : superficie totale, superficie du local, construction, année de construction, rénovations etc.)
- Les occupants du bâtiment et le voisinage
- Plan de continuité des affaires : votre client serait-il en mesure de poursuivre ses activités en cas de sinistre majeur?

Les protections à conseiller à votre client

- Valeur du contenu (incluant marchandises, matériel et améliorations locatives)
- Valeur à neuf
- Bénéfice brut : toujours offrir pertes réelles subies (sans limitation - aucun montant de limite de couverture - ni règle proportionnelle, ainsi qu'une période d'indemnisation qui va au-delà de la reprises des activités) avec une tarification selon les recettes
- Garanties Crime : pour couvrir son entreprise contre les pertes découlant d'actes criminels; couverture pour les marchandises, l'argent ou d'autres biens contre le détournement de fonds, contrefaçon, le vol avec violence, le vol de valeurs mobilières
- Bris des équipements
- Responsabilité civile générale : montant minimal de 2 000 000 \$
- Protection contre les cyberrisques
- Tremblement de terre
- Inondation et refoulement des égouts

Nos produits à lui offrir pour l'assurance de son commerce

- Mon entreprise et moi ou Mon entreprise et moi + : solutions flexibles adaptées à son entreprise
- Notre gamme de produits CIVICA
- Cybersécurité
- Le justicier (qui offre un service téléphonique d'assistance juridique aux entreprises)
- Synchro Entreprises : économie de temps et d'argent en combinant assurance biens et auto de l'entreprise

FAITES-NOUS CONFIANCE POUR VOS RISQUES PME!

Chez Intact Assurance :

NOUS COMPRENONS CE QUI EST IMPORTANT POUR VOUS :

1. rapidité et efficacité à traiter vos demandes;
2. expertise et solutions novatrices pour répondre aux besoins de vos clients.

NOUS SOMMES EN MESURE DE RÉPONDRE À VOS ATTENTES!

ACCEL : rapidité et efficacité

Un client propriétaire d'une épicerie, d'un commerce de vêtement, de fleurs, d'articles de sport, ou tout autre commerce de ce type vous appelle pour assurer son entreprise?

- Pour vos risques d'une valeur maximale (bâtiment et contenu) de 5 000 000 \$ comportant 2 emplacements et moins, nos professionnels en souscription de l'équipe ACCEL de votre région sont en mesure de répondre à vos attentes rapidement et efficacement.
- Pour vos clients manufacturiers, détaillants, grossistes ou entrepreneurs qui ne représentent pas des risques d'envergure, le service Classique et nos souscripteurs d'expérience ont tout ce qu'il faut pour bien vous servir.

Notre capacité à innover maintes fois démontrée

À maintes occasions, nous avons su démontrer notre capacité d'innovation. On n'a qu'à penser à nos protections à l'avant-garde des besoins de vos clients comme Cybersécurité et assurance Drone, lesquelles s'ajoutent à nos gammes de produits CIVICA et Mon entreprise et moi.

Que vous transigiez avec ACCEL ou Classique, vous obtenez rapidement réponse aux besoins de vos clients. Vous offrir le meilleur délai de service qui soit, tel est l'engagement de tous les professionnels à votre service au sein des équipes de votre région. Un engagement également partagé par chacun des directeurs principaux à la tête de ces équipes.



Alain Moreau
Directeur principal - Entreprises
Région de Montréal



Daniel Viau
Directeur principal - Entreprises
Région 2020



Daniel Viau
Directeur principal - Entreprises
Région de Saint-Hyacinthe



Yannick Moreau
Directeur principal - Entreprises
Région de Québec

L'offre d'Intact Assurance en assurance des PME, avantageuse...

POUR VOUS

- Pour vos risques en assurance biens, bris des équipements et responsabilité civile, plusieurs avantages distinctifs.
- Risques PME traités principalement par ACCEL (soumission en 2 heures/polices émises en moins de 5 jours) ou par service Classique (soumission en 72 heures/polices émises en moins de 5 jours)
 - Ligne de soumission téléphonique grande vitesse en assurance auto commerciale
 - Service qui répond aux plus hauts standards de qualité / Réponse rapide aux besoins de vos clients
 - Simplicité, prix concurrentiel
 - Souscripteurs d'expérience
 - Éventail de produits : assurance biens, bris des équipements, responsabilité civile générale (CIVICA)

POUR VOS CLIENTS

- Faites valoir tous les avantages associés à notre offre. Ce qu'ils veulent entre autres :
- une protection adéquate : ils l'ont avec la gamme de produits Mon entreprise et moi qui leur offre des solutions adaptées à la taille et aux besoins de leur commerce (biens, responsabilité civile, bris, etc.)
 - transiger avec un assureur réputé dans le règlement des sinistres, reconnu pour sa solidité financière et accessible localement : c'est Intact Assurance.
 - profiter de judicieux conseils en prévention : nos équipes de préventionnistes sont à leur service
 - pouvoir compter sur votre recommandation : c'est votre valeur ajoutée comme courtier !



CYBERSÉCURITÉ
 PLUS DE PROTECTION,
 PLUS DE FLEXIBILITÉ MAIS
 TOUJOURS LE MÊME PRIX !

Notre produit Cybersécurité est maintenant disponible dans une toute nouvelle version améliorée! Notre protection contre les atteintes à la confidentialité des données a en effet été bonifiée pour vous permettre de faire profiter vos clients d'une solution plus flexible et d'une protection accrue, et ce, sans aucune hausse de prix. Notre nouvelle solution Cybersécurité est toujours disponible pour 96 \$, soit le même prix que lors de son lancement il y a maintenant plus d'un an. Découvrez sans plus tarder, dans le tableau ci-contre, les nouveautés auxquelles vos clients ont désormais accès.

Notre nouvelle protection Cybersécurité...

- Une solution globale en cas d'atteinte à la confidentialité des données
- Plus grande flexibilité
- Protection accrue
- Au même prix!

AVENANT FRAIS DE CYBERSÉCURITÉ

AVENANT FRAIS JURIDIQUES RELATIFS À LA CYBERSÉCURITÉ

Frais de remédiation 25 000 \$*	Pertes d'exploitation 25 000 \$*
50 000 \$	50 000 \$
75 000 \$	75 000 \$
100 000 \$	100 000 \$

25 000 \$*
50 000 \$

NOUVEAU

*Montant de garantie de base disponible pour 96 \$

ASSURANCE DRONE

UNE SOLUTION À LA HAUTEUR DES ATTENTES DE VOS CLIENTS

Arpentage, photographie aérienne, inspection, ce ne sont là que quelques exemples d'activités pour lesquelles les PME utilisent des véhicules aériens sans pilote (UAV), communément appelés des drones. Cette nouvelle technologie étant de plus en plus utilisée à des fins commerciales, vos clients comptent sur vous pour leur fournir une solution d'assurance tout aussi novatrice. Offrez-leur notre Assurance Drone pour les véhicules aériens sans pilote (UAV).



Protection complète et facile à ajouter au contrat

Conçue pour vos clients qui ont recours aux véhicules aériens sans pilote accessoirement dans le cadre de leurs activités commerciales courantes au Canada, notre solution Drone comprend une assurance en biens et en responsabilité civile.

Assurance biens

- Est basée sur la valeur à neuf ou la valeur réelle.
- Vos clients peuvent opter pour la Formule étendue ou Risques désignés.
- Avec une règle proportionnelle de 90 %, ils obtiennent une protection pour les drones, l'équipement et les appareils de station demeurant au sol (facultatif), l'équipement de photographie, de surveillance et de détection installé sur les UAV assurés (facultatif), les pièces de rechange (facultatif).

Assurance responsabilité civile

- Offerte sous forme d'extension de l'assurance responsabilité civile des entreprises.
- Comprend une modification de l'exclusion relative à l'exploitation des aéronefs.
- Vos clients peuvent choisir des montants de garantie pouvant aller jusqu'à 2 000 000 \$.
- Les montants de garantie sont payables dans les limites et non en sus du montant de garantie de la responsabilité civile des entreprises.

Avec l'ajout de cette solution novatrice à votre gamme de produits, vous êtes donc bien placés pour répondre aux besoins évolutifs de tous vos clients, tant vos nouveaux clients que votre clientèle actuelle.

Bonne nouvelle ! Vos clients qui utilisent des drones dans le cadre des activités liées à leur exploitation agricole vont pouvoir se procurer une protection à cet effet puisqu'Intact Assurance agricole a reçu de l'Autorité des marchés financiers l'autorisation de vendre l'avenant « Véhicules aériens non habités (UAV) ». Tous les détails sur l'Assurance Drone agricole figurent dans le Bulletin agricole déposé sous peu sur le Portail courtier.

INTACT ASSURANCE : PRÉSENTATEUR DE SALON STRATÉGIES PME 2017

Voici une excellente tribune où Intact Assurance sera présente auprès de votre clientèle d'affaires l'automne prochain : Stratégies PME 2017, qui se tiendra les 23 et 24 novembre prochain au Palais des Congrès de Montréal. Avec près de 6 000 gestionnaires de PME attendus, ce salon nous offre une occasion privilégiée de positionner Intact Assurance et le réseau de courtage auprès de cette clientèle.

Une excellente visibilité auprès des dirigeants PME

Pour une 4^e année consécutive, nous participerons en effet au plus grand rendez-vous annuel des PME québécoises. Intact Assurance profitera toutefois d'une plus grande visibilité cette année puisqu'elle agit à titre de présentateur de Stratégies PME 2017.

Tout au long de la promotion de cet important événement, nous serons donc présentés comme partenaire principal du salon, ce qui devrait engendrer d'excellentes retombées en termes de positionnement auprès du marché des PME. Outre notre participation comme présentateur, nous serons également présents comme exposant. Nos professionnels en assurance des entreprises seront donc disponibles pour répondre aux questions de vos clients et leur permettre de bénéficier de leur expertise en ce qui a trait à la protection de leur entreprise.

Bref, Intact Assurance profitera de sa présence à ce grand rendez-vous annuel des dirigeants de PME pour confirmer son positionnement de chef de file en assurance des entreprises au Québec.



AU CŒUR DE L'ACTION AU CONGRÈS ANNUEL DE LA FÉDÉRATION DES TRANSPORTEURS PAR AUTOBUS

À nouveau, nous serons présents au congrès annuel de la Fédération des transporteurs par autobus qui aura lieu les 1^{er} et 2 juillet prochain à l'hôtel Fairmont Tremblant. En effet, nous commanditons le banquet de clôture de l'événement qui se déroulera cette année sous le thème « Être au cœur de l'action ».

« Au cœur de l'action », Intact Assurance l'est depuis longtemps en matière de sécurité ! Depuis plusieurs années déjà, nous appuyons la Fédération des transporteurs par autobus dans sa campagne annuelle visant à sensibiliser la population à l'importance d'adopter des comportements sécuritaires en présence d'autobus scolaire. Notre participation au congrès annuel de ses membres nous fournit une belle occasion de lui réitérer notre appui.

CONGRÈS DE L'ACQ : NOUS Y ÉTIIONS AUSSI!

Intact Assurance était également présente comme partenaires « OR » au 65^e congrès de l'Association du camionnage du Québec (ACQ) qui s'est tenu du 28 au 30 avril dernier à l'hôtel Hilton de Québec. « Misons sur la performance », tel était le thème de cette édition 2016 qui a réuni plus de 700 congressistes.

Nous avons fait valoir la qualité de notre offre dans le Bulletin des experts, le nouvel outil de communication destiné aux membres de l'ACQ. Intitulé « Chez Intact Assurance, performer... c'est ce qu'on fait tous les jours pour protéger et soutenir les transporteurs », notre article nous permet d'assurer une excellente visibilité d'Intact Assurance et du réseau de courtage auprès de vos clients transporteurs.



2 UFC POUR NOTRE FORMATION SUR MA GESTION DE FLOTTE

Bonne nouvelle ! Notre présentation sur le programme Ma Gestion de flotte a été approuvée par la Chambre de l'assurance de dommages. (2 UFC). En suivant cette formation intitulée « Programme de télématique pour les flottes automobiles » offerte par Ingrid Marini, directrice des programmes chez Fleet Complete, vous obtiendrez donc 2 UFC, puisque cette dernière a reçu son accréditation de formatrice par la ChAD. Pour vous inscrire, communiquez avec votre conseiller au développement des affaires.

The advertisement is presented as a billboard on a silver post. At the top of the billboard, there are two white icons of a hand holding a pen, positioned as if writing on the sign. The main content of the billboard is as follows:

TGVV 
TARIFICATION GRANDE VITESSE
LIGNE DE SOUMISSION TÉLÉPHONIQUE

OBTENIR UNE SOUMISSION
EN ASSURANCE AUTO
COMMERCIALE
**N'AURA JAMAIS
ÉTÉ AUSSI RAPIDE
ET SIMPLE**

TESTEZ-NOUS !
COMPOSEZ DÈS MAINTENANT LE NUMÉRO DE VOTRE RÉGION.